

édito

R.T.L./T.V.I. une télévision de proximité qui déménage

Théo Hachez

C'est décidé depuis l'automne : la société éditrice des trois chaînes de télévision privées (R.T.L./T.V.I., Club R.T.L. et Plug T.V.) quittera bientôt Bruxelles pour Luxembourg. De leur salon, les téléspectateurs qui l'auront peut-être appris incidemment n'y verront sans doute d'abord que du feu sur leur écran : la société dispose également d'une licence luxembourgeoise lui permettant d'assurer la continuité de ses bienfaits. Les quelque cinq-cents personnes auxquelles elle fournit du travail ne semblent redouter aucun désagrément de ce déménagement apparemment tout administratif. On leur a peut-être même fait miroiter la possibilité de payer un jour moins d'impôts.

Sur les motivations profondes de cette délocalisation, il n'y a semble-t-il aucun mystère. « Le jour où nous ne générerons plus de bénéfices, nous partirons », avait prévenu l'administrateur-délégué de la société en mars 2003. Il reste que R.T.L./T.V.I. s'est avérée,

jusqu'aujourd'hui, une affaire très largement profitable et qu'il faut donc chercher ailleurs les raisons de cet exode virtuel. On ira donc voir du côté des « contraintes » dont l'autorisation d'émettre depuis chez nous est assortie: une contrepartie financière sous forme d'aide à la presse quotidienne, l'obligation d'un minimum de productions propres et les quelques règles dont le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel est garant (déontologie et pluralisme de l'information, signalétique etc.). Au petit bonus fiscal luxembourgeois sans doute faut-il ajouter encore que le contexte réglementaire européen est destiné à évoluer dans le sens d'une plus grande liberté... des chaînes.

« R.T.L., C'EST VOUS » ?

Ainsi s'agit-il, tout simplement, de se soustraire aux règles démocratiques locales pour gagner (encore) plus d'argent avec une entreprise de télévision classique. Un métier difficile puisque la réussite s'obtient là par la satisfaction en cascade de deux clientèles: celle des annonceurs publicitaires à qui l'on doit vendre l'assistance de téléspectateurs plus ou moins euphoriques. La fidélité de ces derniers dépend évidemment de l'implantation de la chaîne dans leur paysage imaginaire, sachant que la concurrence étrangère française dispose de moyens plus importants de séduction ou, plus souvent encore, de racolage. C'est ainsi qu'il faudra faire du belge dans l'information, de la famille royale, du fait divers local. L'identification du public à sa chaîne est un facteur de réussite durable: miroir d'une communauté, la chaîne est aussi une fenêtre sur le monde vu d'ici. À l'inverse, l'absence de médias dédiés à un périmètre géographique ou culturel est un facteur de dispersion politique.

En 1987, la création de R.T.L./T.V.I., société de droit belge, représentait la contrepartie institutionnelle de l'implantation durable d'une chaîne qui s'était déjà imposée au public francophone par le câble. En s'acquittant des conditions et obligations qui lui étaient faites, l'entreprise luxembourgeoise se voyait alors ouvrir l'accès légal à un marché publicitaire encore inexploité et la reconnaissance officielle d'une présence désormais labellisée. Aux éditeurs de presse quotidienne effrayés par l'irruption d'une concurrence drainant l'argent des annonceurs, les politiques offrirent un tiers des actions de la nouvelle société.

Aujourd'hui, vingt ans après, le « deal » n'est plus jugé intéressant par les actionnaires majoritaires de la société (R.T.L. Group). Et le pari des gestionnaires actuels de R.T.L./T.V.I. est de minimiser le coût symbolique de ce déménagement à la cloche de bois, tant il va de soi qu'il peut perturber l'identification d'une télévision populaire par son public. C'est ainsi que l'on entend son patron depuis 2002, Philippe Delusinne, dissenter de la « dimension citoyenne » d'une « télévision de proximité ». Autant de formules qui trahissent sa double appartenance professionnelle à l'univers de la publicité (il fut directeur de l'agence Mac Can Ericson) et au monde politique (il était encore, en mai 2004, en tant que

proche du président Di Rupo, membre suppléant du conseil d'administration de la R.T.B.F., étiqueté socialiste).

LE JUSTE PRIX

Vouloir le beurre belge (l'osmose avec son public) et l'argent du Luxembourg (plus d'argent, donc), telle est l'équation retenue par R.T.L./T.V.I.. Pour naturelle, elle n'en est pas moins problématique, du moment qu'elle est affichée comme telle. Plus étonnant : ceux qui pourraient faire obstacle à ce marché de dupe s'en abstiennent jusqu'aujourd'hui. C'est ce que l'on pourrait, en effet, attendre tant du monde politique que de celui des médias d'information : qu'ils se montrent sensibles aux intérêts économiques et démocratiques d'une communauté que l'on roule dans la farine. Bref, qu'ils méritent la confiance relative qu'on leur fait.

Or la presse écrite quotidienne, qui dans le chef de son principal représentant se prétend prompt à « se lever » pour s'indigner de tout y compris des nouvelles imaginaires dont il nous intoxique, se montre très réticente à décoder et encore plus à dénoncer cette délocalisation qui aboutit à soustraire une entreprise aux règles démocratiques de la communauté qu'elle exploite. Cette défaillance au devoir de dire tient tout entière dans un paradoxe : le pouvoir de faire obstacle. En effet, disposant d'une minorité de blocage dans R.T.L./T.V.I., les éditeurs de presse quotidienne sont en mesure d'empêcher une opération qui pourrait s'avérer juteuse... pour eux. On n'égorgera donc pas la vache à lait avant de l'avoir vendue, et la première page sera refusée à une nouvelle reléguée sans commentaire pertinent dans le ventre du journal.

Qu'on le veuille ou non, la politique est aujourd'hui d'abord un spectacle télévisé. Cela place la chaîne la plus regardée dans une position pour le moins favorable vis-à-vis des élus et de leurs états-majors, dont elle sollicite implicitement une bienveillance argumentée. Jugeant peu nécessaire de faire valoir son évident pouvoir de nuire, R.T.L./T.V.I. a préféré régaler la compagnie d'une tournée générale. Sous le titre évocateur du « Grand défi », la chaîne a entamé une série de quatre émissions consacrées aux présidents des formations démocratiques. Programmée à une heure de grande audience, le 20 janvier, la première d'entre elles a tourné au panégyrique. Aurait-il été plus rigoureux, le travail des journalistes aurait été submergé par la mise en scène. Et l'obséquiosité a été poussée jusqu'à inviter, au J.T. du lendemain, un « spécialiste en communication » censé faire l'analyse de l'émission de la veille : ce n'était rien de moins qu'un autre publicitaire ancien conseiller de l'intéressé et membre de son parti.

Personne ne semble donc décidé, ou en mesure, de faire payer à R.T.L./T.V.I. le juste prix de son déménagement. Le calcul est bon, jusqu'à présent. En regard des grands enjeux de la mondialisation, on peut juger dérisoire celui d'une manœuvre boutiquière, qui touche néanmoins à la régulation d'un rouage essentiel pour la démocratie. Il reste que cela se passe chez nous. Et qu'avec un peu de recul, si l'on n'avance l'excuse du manque de clairvoyance, les collusions voire la trahison des élites qu'on aperçoit ici laissent un goût de cendre. Que notre dossier de septembre 2004, consacré aux médias en Communauté française, l'ait laissé présager ne nous en consolera pas. ■